

食品饮料企业社会责任与盈余管理的关系

——基于计量经济学的内生性视角

杨亭亭, 陈煦江(教授)

【摘要】 现有文献侧重于研究企业社会责任与盈余管理之间的单向影响关系,但得出的结论并不一致。本文基于计量经济学的内生性视角,采用联立方程检验了我国食品饮料业上市公司的社会责任与盈余管理的双向影响关系。结果表明:企业社会责任履行程度较高的公司更关注盈余管理;越重视盈余管理的公司企业社会责任履行程度越高。最后本文基于二者相互作用的关系提出了相关的宏观政策建议。

【关键词】 企业社会责任; 盈余管理; 食品饮料业

【中图分类号】 F275

【文献标识码】 A

【文章编号】 1004-0994(2016)11-0024-4

一、引言

已有文献研究表明,企业社会责任与实施过盈余管理的财务报告质量具有相关性(Prior et al., 2008),但目前鲜有文献对这种关系做出具体解释,因而难以就企业社会责任对财务报告质量具有正向或负向影响抑或没有影响得出一致结论(Chih et al., 2008)。同样,影响财务报告质量的盈余管理对企业社会责任是否产生影响也未得出一致结论。研究食品饮料业的企业社会责任与盈余管理的关系对理论指导和社会实践均具有重要意义(秦萌萌, 2012)。近年来,我国食品饮料业发生的“毒奶粉”、“瘦肉精”、“毒豆芽”、“染色馒头”等一系列食品安全事件导致该行业遭遇了前所未有的信任危机,这些问题产生的根源就在于食品饮料业企业社会责任的缺失(丁金萍, 2012)。因此,本文拟基于计量经济学的内生性视角对我国食品饮料业上市公司的社会责任和盈余管理的双向作用关系进行实证研究。

二、理论分析与研究假设

1. 盈余管理对企业社会责任的影响。已有文献大多基于合规性理论研究盈余管理对企业社会责任的影响。合规性理论强调企业的行为应当遵循社会制度、主流价值观和先进信念(Suchman, 1995)等规则,即企业如果证明自身行为能被社会广泛认可,便是合规的(Castello和Lozano, 2011)。履行企业社会责任就是一种获得社会认可的有效行为(Jahdi和Acikdilli, 2009),管理者通过部署有效策略来赋予组织合规性(Hahn和Kuhnen, 2013)。企业通过履行社会责任来满足广

大利益相关者(如雇员、股东、非政府机构和公众)的信息需求,以期获得对方的支持。但当管理者片面追求私利时便会背离会计准则的规定,使得企业的合规性被削弱(Jones, 2011)。

管理者偏好于通过盈余管理来提高盈利指标以保护其私利,甚至随意粉饰财务报告来使自身利益最大化(Walker, 2013)。因此,管理者可以通过盈余管理操控利润来实现其预期目标,从而保护自身利益。Prior等(2008)的研究表明,靠扭曲收入信息来追求私利的管理者为了保护自身职位往往会更积极地履行企业社会责任。Barnea和Rubin(2010)也发现,公司高管通常会过度投入企业社会责任行为来追求个人利益。因此,合规性理论揭示了这种管理行为和动机,即企业管理者通过盈余管理来改善组织的盈利能力会诱致企业履行社会责任(Hahn和Kuhnen, 2013; Mahjoub和Khamoussi, 2013),同时也可能转移财务报告使用者对可疑财务报告的注意力。据此,本文提出以下研究假设:

H₁: 盈余管理水平对企业社会责任的履行程度具有正向影响。

2. 企业社会责任对盈余管理的影响。早期文献大多基于社会规范理论研究企业社会责任与盈余管理之间的关系(Akerlof, 1980)。社会规范理论主要关注企业的行为模式是如何影响其经济状况的,强调经济行为依赖于企业愿景,而企业愿景又是市场参与者的重要激励机制(Kim和Venkatachalam, 2011)。因此,履行企业社会责任被认为是支持企

【基金项目】 国家社科基金项目“食品企业社会责任评价与协同治理机制研究”(项目编号:14XSH014); 教育部人文社科基金项目“食品企业社会责任、企业荣誉与经济绩效的关系研究”(项目编号:12YJC630015)

业行为规范的重要表现方式,通常被利益相关者视为超越利润最大化追求的道德或伦理行动。规范的企业行为准则也表现为不可靠财务报告的显著减少(Leventis et al., 2013)。因此,该理论认为履行企业社会责任和操纵盈余是对立的行为,即越是积极履行社会责任的企业越不可能出具可疑的财务报告。据此,本文提出以下研究假设:

H_{2a}:企业社会责任的履行程度对盈余管理水平具有负向影响。

近年来,众多学者基于利益相关者理论研究了企业社会责任与盈余管理的相关性,该理论关心的是一个组织如何管理它的利益相关者(Freeman, 1984)。当管理者做出决策时会考虑企业利益相关者的利益,也会评估利益相关者的优先级别,并针对不同级别选择性地披露信息(Gray et al., 1997)。然而,利益相关者之间经常发生多元化博弈从而形成利益矛盾,这类矛盾不可避免地反映到企业财务报告之中(Harrison et al., 2010)。针对不同利益相关者的需求,管理者可能会违规采用会计政策来影响利益相关者对于企业绩效的认知(Bowen et al., 1992),或试图迎合多个利益相关者的诉求。由于信息高度不对称,利益相关者不能监控管理者的行为,正是如此才引致盈余管理(Richardson, 2000)。因此,利益相关者理论表明,为了协调不同利益相关者的利益,企业管理者更愿意履行社会责任,并由此涉入盈余管理。据此,本文提出以下研究假设:

H_{2b}:企业社会责任的履行程度对盈余管理水平具有正向影响。

3. 企业社会责任与盈余管理不相关。一些学者基于信号合成理论(综合合规性理论和信号理论的优势),对企业社会责任和盈余管理的关系做了新的解释(Connelly et al., 2011)。该理论认为,由于信息不对称,市场参与者并非总能接收到重要的内部信息,其决策能力受到限制,为了赋予组织合规性,管理者会加大力度宣传与企业社会责任相关的规范。可见,一些企业积极履行社会责任,以确保在社会响应能力方面处于优势(Clarkson et al., 2008),这些企业通常强调其在社会责任方面的成就,逐渐形成了其他企业难以模仿的独特优势或核心竞争力。因此,将竞争对手尚未特别重视但可能带来竞争优势的企业社会责任战略纳入企业管理框架是非常必要的。信号合成理论表明,企业是否履行社会责任与财务报告的质量无关。所以,企业社会责任参与程度与盈余管理的实施水平无关。据此,本文提出以下研究假设:

H₃:企业社会责任的履行程度与盈余管理水平是相对独立的,二者不存在相互影响。

三、研究设计

(一)样本选择和数据来源

本文选择2010~2014年我国沪深两市食品饮料业上市公司作为样本,在剔除财务数据或企业社会责任数据缺

失、变量值显著异常的公司之后,最终得到488家样本公司,其中2010年86家、2011年95家、2012年98家、2013年101家、2014年108家。

本文企业社会责任数据手工采集自企业年度财务报告、社会责任报告、企业官方网站、中国知网“重要报纸数据库”以及中国食品安全网等政府权威网站;财务数据来自CSMAR数据库。

(二)变量设置

本文基于内生性视角研究企业社会责任与盈余管理的关系,由于解释变量的测量误差通常会引起内生性问题,因此,我们采用客观性和可靠性较强的方法测度盈余管理和企业社会责任。

1. 盈余管理的测度。在应计制下,企业净利润(NI)包括经营现金流量(CFO)和总应计利润(TA)。总应计利润又包括可操纵性应计利润(DAP)和不可操纵性应计利润(NDA),其中,可操纵性应计利润(DAP)表征盈余管理的程度。相关计算公式为:

$$NI=TA+CFO \quad (1)$$

$$DAP=TA-NDA \quad (2)$$

可见,盈余管理的重点在于确定不可操纵性应计利润(NDA)。现有文献通常选择采用希利模型(Healy model)、迪安戈模型(DeAngelo model)、琼斯模型(Jones model)或修正的琼斯模型(Modified Jones model)测度盈余管理水平。本文采用最常用的修正的琼斯模型,即:

$$\frac{NDA_{i,t}}{A_{i,t-1}} = \alpha \frac{1}{A_{i,t-1}} + \beta_1 \frac{\Delta REV_{i,t} - \Delta REC_{i,t}}{A_{i,t-1}} + \beta_2 \frac{PPE_{i,t}}{A_{i,t-1}} + \xi_{i,t} \quad (3)$$

其中:NDA_{i,t}是公司i在t年的不可操纵性应计利润;A_{i,t-1}是公司i在第t-1期的期末总资产;ΔREV_{i,t}是公司i第t年的主营业务收入与t-1年的主营业务收入之差;ΔREC_{i,t}是公司i第t年的应收账款与t-1年的应收账款之差;PPE_{i,t}是公司i第t期的固定资产价值;ξ_{i,t}为随机误差项;α、β₁、β₂是企业特征参数。

α、β₁、β₂的估计值根据以下模型采用普通最小二乘法回归取得:

$$\frac{TA_{i,t}}{A_{i,t-1}} = \bar{\alpha} \frac{1}{A_{i,t-1}} + \bar{\beta}_1 \frac{\Delta REV_{i,t} - \Delta REC_{i,t}}{A_{i,t-1}} + \bar{\beta}_2 \frac{PPE_{i,t}}{A_{i,t-1}} + \xi_{i,t} \quad (4)$$

上式中, $\bar{\alpha}$ 、 $\bar{\beta}_1$ 、 $\bar{\beta}_2$ 是α、β₁、β₂的最小二乘法估计值;TA_{i,t}是公司i在t年的总应计利润,其余变量参照公式(3)的解释。将 $\bar{\alpha}$ 、 $\bar{\beta}_1$ 、 $\bar{\beta}_2$ 代入以下模型,可计算出公司i在第t期的不可操纵性应计利润NDA_{i,t}。

$$\frac{NDA_{i,t}}{A_{i,t-1}} = \bar{\alpha} \frac{1}{A_{i,t-1}} + \bar{\beta}_1 \frac{\Delta REV_{i,t} - \Delta REC_{i,t}}{A_{i,t-1}} + \bar{\beta}_2 \frac{PPE_{i,t}}{A_{i,t-1}} + \xi_{i,t} \quad (5)$$

□ 改革·发展

最后,将每年的实际总应计利润减去每年估计的不可操纵性应计利润,便得到可操纵性应计利润DAP_{i,t},即:

$$\frac{DAP_{i,t}}{A_{i,t-1}} = \frac{TA_{i,t}}{A_{i,t-1}} - (\alpha \frac{1}{A_{i,t-1}} + \beta_1 \frac{\Delta REV_{i,t} - \Delta REC_{i,t}}{A_{i,t-1}} + \beta_2 \frac{PPE_{i,t}}{A_{i,t-1}}) \quad (6)$$

2. 企业社会责任的测度。测度企业履行社会责任程度的方法主要有声誉指数法、内容分析法、问卷调查法、公司慈善法、TRI法、KLD指数法等。本文借鉴马丽丽、陈玉清(2005)的方法,基于利益相关者理论设计了四个维度度量食品饮料业上市公司企业社会责任的贡献指标:

csr₁=(支付的各项税费-收到的税费返还)/经营现金流入

csr₂=支付给职工以及为职工支付的现金/主营业务收入

csr₃=支付的现金股利和现金利息支出/主营业务收入

csr₄=(环保支出+捐赠支出+赞助费)/主营业务收入

CSR=csr₁+csr₂+csr₃+csr₄

其中:csr₁为政府所得贡献率;csr₂为职工所得贡献率;csr₃为投资者所得贡献率;csr₄为社会所得贡献率。

以上指标的经济含义是企业会将每一元收入中的多少以现金形式支付给政府、职工、投资者和社会等利益相关者,体现了上市公司对利益相关者的真实贡献,其值越大,表明企业所做的贡献越大,履行企业社会责任的表现越好。

3. 控制变量的选取。企业规模的差异会导致企业履行社会责任的差异。沈洪涛(2007)发现,企业履行社会责任的强度取决于公司所能提供的资源,所以企业社会责任的表现受到盈利能力的影响。尹开国等(2014)研究发现,当企业具有高成长性时,可能会把精力投入到能给公司带来较多利润的项目中,而较少关注企业社会责任的承担,因此,企业的成长机会会影响到企业社会责任的履行。齐文浩(2013)认为,杠杆水平较高的公司,其管理者更倾向于管理收益,以避免违反债务契约。钟向东(2011)等发现,研发支出可能会对企业社会责任产生显著影响。王海妹等(2014)发现,独立董事比例、上市时间、董事长与总经理兼任情况影响企业社会责任的履行。方红星等(2011)的研究表明,股权集中度和管理层薪酬会影响企业的盈余管理。此外,是否由四大会计师事务所审计(Gul et al., 2003)、会计师事务所是否变更(DeFond和Subramanyam, 1996)也在一定程度上对盈余管理产生影响。

本文旨在从内生性视角研究企业社会责任与盈余管理的关系,其中由于遗漏变量造成模型设定偏误是导致内生性的一个重要原因。因此,本文借鉴以上文献设置较为全面的控制变量:①设置企业规模SIZE(总资产的自然对数)、盈利能力EBIT(息税前利润与利润总额之比)、成长机会MB(普通股市场价值与账面价值之比)、杠杆系数LEV(负债与普通股股本之比)作为影响盈余管理、企业社会责任的控制变量;

②设置研发支出RD(无形资产与总资产之比)、独立董事比例IND(独立董事人数与董事会总人数之比)、上市时间AGE(公司首发上市日期到第t年的年数)、董事长与总经理兼任情况JR(兼任为1,否则为0)作为影响企业社会责任的控制变量;③设置股权集中度TOPF(前五位大股东持股比例)、管理层薪酬SAL(前三位高管薪酬总额×10/总资产)、是否由四大会计师事务所审计AUD(是为1,否则为0)、会计师事务所是否变更AUDC(变更为1,否则为0)作为影响盈余管理的控制变量。

4. 变量的描述性统计与相关性分析。

表1 变量的描述性统计

变量	极小值	极大值	均值	标准差
CSR	0.0184	4.6521	0.2592	0.2552
EM	-0.4768	5.0716	0.0000	0.3735
SIZE	18.4882	24.9110	21.6696	1.0814
EBIT	-17.8509	13.3743	1.2582	1.7274
MB	2.5800	224.0000	20.7672	26.1897
LEV	0.0566	29.0798	3.3268	3.7062
RD	0.0000	0.2846	0.0587	0.0512
IND	0.1818	0.6667	0.3690	0.0598
AGE	0.0000	23.0000	10.0600	7.0480
TOPF	5.7300	100.0000	53.9146	17.0645
SAL	0.0004	0.0366	0.0065	0.0061

表1列示了主要变量的描述性统计数值。由表1可知,本文研究的主要变量CSR的最小值与最大值相差较大,表明食品饮料业上市公司履行企业社会责任的水平存在显著差异;通过比较主要变量EM的平均值、最大值、最小值,发现样本中的公司既有正向的盈余管理也有负向的盈余管理,但平均来看正向盈余管理的程度大于负向盈余管理的程度。

表2 主要变量间相关系数

变量	CSR	EM	SIZE	EBIT	MB	LEV
CSR	1	0.020	0.115*	-0.221**	0.263**	-0.107*
EM	0.057	1	-0.818**	-0.151**	-0.215**	-0.621**
SIZE	0.072	-0.618**	1	0.097*	0.290**	0.662**
EBIT	0.165**	-0.039	0.018	1	-0.255**	0.263**
MB	0.291**	-0.208**	0.368**	-0.064	1	0.354**
LEV	-0.072	-0.277**	0.488**	0.016	0.228**	1

注:**和*分别表示在1%和5%水平(双侧)上显著相关;左下方为Person相关性分析,右上方为Spearman相关性分析。

表2列出了主要变量的Person、Spearman相关性分析。由表2可知,CSR与EM之间不存在显著的相关关系,这有可能是受内生性、未加入控制变量等因素的影响。

(三)回归模型建立

不少研究表明,企业社会责任与盈余管理之间的关系可能是内生性决定的(Labelle et al., 2010; Prior et al., 2008)。因

此,仅研究盈余管理和企业社会责任的单向影响关系可能会产生偏差,从而得到不一致的最小二乘法估计结果。Gujarati (1995)和Koutsoyiannis(1977)曾建议使用两阶段最小二乘法解决可能存在的内生性问题,但该方法存在小样本回归是有偏的、难以考察盈余管理与企业社会责任之间互为因果的关系等不足。因此,本文建立以下联立方程组来检验企业社会责任与盈余管理之间的双向影响关系。

$$CSR=\lambda_0+\lambda_1EM+\lambda_2SIZE+\lambda_3EBIT+\lambda_4MB+\lambda_5LEV+\lambda_6RD+\lambda_7IND+\lambda_8AGE+\lambda_9JR+\mu \quad (7)$$

$$EM=\alpha_0+\alpha_1CSR+\alpha_2SIZE+\alpha_3EBIT+\alpha_4MB+\alpha_5LEV+\alpha_6TOPF+\alpha_7SAL+\alpha_8AUD+\alpha_9AUDC+\varepsilon \quad (8)$$

四、实证分析

联立方程的回归结果如表3所示:

表3 联立方程的回归结果

(7)式的回归结果		(8)式的回归结果	
C	1.0665** (2.7331)	C	3.5389*** (5.0398)
EM	0.0835** (2.7236)	CSR	0.2861** (2.7236)
SIZE	-0.0397* (-2.1501)	SIZE	-0.1620*** (-4.8886)
EBIT	-0.0007 (-0.3513)	EBIT	0.0012 (0.3478)
MB	-0.0010*** (-3.5056)	MB	-0.0015** (-2.7201)
LEV	0.0035 (1.6154)	LEV	-0.0016 (-0.4098)
RD	0.2720 (1.3779)	TOPF	-0.0005 (-0.3762)
IND	-0.3017** (-2.9343)	SAL	-2.6865 (-0.9592)
AGE	0.0176*** (6.0119)	AUD	-0.0793 (-0.9194)
JR	-0.0273 (-1.6913)	AUDC	0.0062 (0.2999)
F	28.7273	F	18.2384
R ²	0.8800	R ²	0.8202
DW	2.4216	DW	2.1901

注:***表示在0.001的水平上显著,**表示在0.01的水平上显著,*表示在0.05的水平上显著;括号内为T值。

由表3可知,食品饮料业上市公司的盈余管理和企业社会责任在0.01的显著性水平上互为正相关关系,表明盈余管理对企业社会责任的影响是显著正向的。其中,表3中(7)式的结果表明,EM与CSR在0.01的水平上为显著的正相关关系,接受H₁;表3中(8)式的结果表明,CSR与EM在0.01的水平上为显著的正相关关系,拒绝H_{2a}和H₃,接受H_{2b}。

五、研究结论与建议

本文通过前文分析,得出以下结论:①盈余管理正向影响企业社会责任。该结果表明,企业管理者如果进行盈余管理,那么他往往也会积极履行企业社会责任。其原因可能是管理者将企业社会责任当作一个先发制人的策略,用来分散大家对有问题的财务报告的注意力,以及创建一个具有社会责任感形象的保护盾。②企业社会责任正向影响盈余管理。该结论表明,企业履行社会责任的程度正向影响其操纵盈余的力度。通过信号合成理论,我们认为,在市场经济不完全信息的条件下,某些企业诉诸社会责任来传达企业内部质量,并通过企业社会责任战略部署来建立优越的组织形象,使其处于行业领先地位,而这样的战略部署也会促使他们积极实施盈余管理。

基于以上结论,本文提出如下建议:

第一,加强食品饮料业企业履行社会责任的自觉性。食品饮料业企业在谋求自身发展时,应把食品安全作为第一要务。在履行其经济责任、法律责任的同时,也要担当起对消费者的社会责任,转变以利润为先导的传统经营理念,诚信经营,把履行社会责任纳入企业战略,促进企业的可持续发展。

第二,建立完善的企业社会责任监督机制。本文通过对食品饮料业上市公司社会责任信息的研究发现,企业履行社会责任的意识比较薄弱,甚至有的企业社会责任信息为零,然而食品饮料业的企业社会责任履行关乎国家的安稳与社会的和谐发展,因此,建立企业社会责任监督机制尤为重要。首先,要建立规范的法律监督机制,从法律层面将履行企业社会责任纳入企业发展范畴;其次,建立与税收挂钩的奖励机制,如果企业能较好地落实企业社会责任,可以从税收上给予一定的优惠;再次,建立大众监督机制,利用媒体、舆论进行大众监督。

第三,正确认识企业社会责任和盈余管理之间的关系。通过本文的研究可以发现,企业社会责任与盈余管理之间互为正向影响关系,企业不应该把履行社会责任当作其操纵盈余的保护盾,或用来分散大家对有问题的财务报告的注意力,而是应当主动地承担企业社会责任;此外,企业通过企业社会责任战略部署来使自己处于行业领先地位时,也应该避免操纵盈余。

主要参考文献:

丁金萍. 食品企业的社会责任研究[D]. 青岛:中国海洋大学,2012.

钟向东,樊行健. 企业社会责任、财务业绩与盈余管理关系的研究[J]. 财会月刊,2011(27).

齐文浩. 企业社会责任对企业绩效影响实证研究——以食品类上市公司为分析对象[J]. 技术经济与管理研究,2013(8).

作者单位:重庆工商大学会计学院,重庆 400067